



**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Repositorios digitales y Políticas Públicas: el audiovisual en la web

Digital repositories and Public Policy: the audiovisual on the web

Paula Porta

piporta@perio.unlp.edu.ar

Bianca Racioppe

bianca_racioppe@yahoo.com.ar

Natalia Zapata

materialesnatalia@yahoo.com.ar

Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

Resumen

Esta ponencia se desprende de la investigación “La producción, circulación y almacenamiento de lo cultural-artístico en Internet: entre las Políticas Públicas y los proyectos autogestivos” que dirige la doctora Paula Porta y que tiene como objetivo principal analizar Internet como espacio de producción, circulación y almacenamiento de lo cultural- artístico en Argentina.

En este trabajo presentaremos los avances respecto de uno de los ejes que propone el proyecto: la conservación y distribución de lo audiovisual en Internet retomando el caso de plataformas impulsadas a partir de Políticas Públicas como es el sistema de

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Televisión Digital Abierta (TDA) y plataformas derivadas: Contenidos Digitales Abiertos (CDA) y el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA).

Las Políticas Públicas en vínculo con la comunicación y la cultura contribuyen a generar lazos colectivos y el sentimiento de pertenencia a una comunidad mayor. Hoy esas comunidades ya no sólo se construyen en el territorio geográficamente situado, sino también en el espacio de Internet. De allí la importancia de investigar acerca de esta relación.

En cuanto a la producción y circulación de contenidos, analizamos los procesos de promoción y federalización de los contenidos audiovisuales. Plataformas como BACUA y CDA se enmarcan en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA N° 26.522 que comprende el acceso a la comunicación como un derecho humano) y se apropian del espacio de Internet para optimizar la distribución y generar redes entre realizadores, productores y emisoras de distintas partes del país. Nutren, además, a la TDA que permite el acceso a la televisión sin necesidad de pagar servicios satelitales o de cable privados. Integran una política de inclusión que comprende a la comunicación como práctica fundamental para la construcción de una identidad nacional plural y democrática.

Summary

This paper follows the research called "Production, distribution and storage of cultural-artistic goods on Internet: between public policy and self-managed projects" directed by Paula Porta. The main objective of the research is to analyze Internet as a space in which we can produce and archive the audiovisual in Argentina.



**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

In this opportunity we present the progress of one of the ideas of the project: conservation and distribution of audiovisual on Internet and for that we take the case of some public policies such as the Open Digital Television System (TDA) and platforms derived: Open Digital Content (CDA) and the Argentine's Universal Bank of Audiovisual Content (BACUA).

Public policies in connection with communication and culture contribute to generate collective ties and a sense of belonging to a larger community. Today these communities are built not only by the location in territory, but also in the Internet space. Hence the importance of research about this relationship.

Framed by the Law on Audiovisual Communication Services (LSCA No. 26.522) these online platforms understand the access to communication as a human right and the Internet as a space to optimize distribution and create networks between filmmakers, producers and broadcasters from around the country. Also nourishes the TDA which allows access to TV without paying satellite services or private cable. It is a policy of inclusion which understands communication as fundamental to the construction of a plural and democratic national identity.

Palabras Clave: Comunicación, Internet, Políticas Públicas

Key Words: Communication, Internet, Public Policy

1. Anclaje teórico. Pensar el arte *de* red y el arte *en* la red

La digitalización en líneas generales, pero de los productos culturales-artísticos en particular, ha dado origen a una serie de experiencias que proponen otros modos de producir, circular y almacenar los productos artísticos. De este modo podemos pensar, a grandes rasgos, en dos tipos de arte digital/digitalizado: el arte *de* red, que incluye a aquellas producciones artísticas que surgen en el espacio de Internet, con sus lógicas y dinámicas, y el arte *en* la red que es aquél que se produce en lo *offline* y se “sube” a Internet.¹ En este caso, ya no entra en juego la categoría de producción, sino sólo las de distribución y almacenamiento. En este sentido, en el marco de la investigación retomaremos los Repositorios audiovisuales *online* que proponen un acceso abierto a producciones hechas en un ámbito que no necesariamente es el de Internet; pero encuentran en este espacio un lugar de conservación, archivo y distribución.

En este punto es importante señalar que las tecnologías de comunicación que nos permiten hoy hablar de la mediatización de la cultura (Thompson; 1998) surgieron en un contexto de transformación en los modos de organización social. A los fines de esta investigación, Internet será pensada en tanto espacio de vinculación e intercambio. Nos posicionamos desde una mirada que entiende a las tecnologías

1 Para más desarrollo de estas categorías de arte *de* red y arte *en* la red se puede consultar la tesis de Cilleruelo Gutiérrez, Lourdes (2000); “Arte de Internet. Génesis y definición de un nuevo soporte artístico. (1995-2000)”; Tesis doctoral presentada en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad del País Vasco. Disponible en: http://www.ehu.es/arteytecnologia/lcilleruelo/textos/arte_de_internet.pdf

como instituciones sociales (Williams, 1992) que surgen en un contexto al que modifican y por el que son modificadas. Desde nuestro marco teórico, las tecnologías no son concebidas en tanto instrumentos o canales, vaciadas de espesor cultural y político, sino todo lo contrario: son entendidas como espacios cargados de sentido social y cultural.

En relación a las maneras de entender a las obras de arte, debemos señalar que los cambios en la división del trabajo y en los modos de producción han llevado a que el arte sea tratado como mercancía. Es en este momento donde aparece el debate por la Industria cultural, entendida como:

“(…) conjunto de actividades relacionadas directamente con la creación, la fabricación, la comercialización y los servicios de productos o bienes culturales en el ámbito de un país o a nivel internacional (...) producir y comercializar con criterios industriales bienes y servicios destinados específicamente a satisfacer o promover demandas culturales con fines de reproducción ideológica, económica y social” (Getino; 2003)

En un contexto en el que las marcas avanzan sobre la producción cultural o, como explica Naomi Klein (2001) “las marcas son la cultura”, resulta significativo indagar en torno a las Políticas Públicas que se producen para el espacio de Internet, así como también conocer acerca de la autogestión de proyectos, es decir aquellos que no buscan subsidios o patrocinios de las grandes corporaciones y que utilizan los recursos que les brindan Internet y las tecnologías digitales para producir.

“El efecto, si no la intención original, de la creación más moderna de las marcas es poner a la cultura anfitriona en un segundo plano y hacer que la marca sea la estrella. No se trata de patrocinar la cultura, sino de ser la

cultura. ¿Y por qué no? Si las marcas no son productos sino ideas, actitudes, valores y experiencias, ¿por qué no pueden ser también cultura?” (Klein; 2001: 48)

En un mundo que tiende hacia las marcas (especialmente en Internet: Google, Facebook, Amazon, Yahoo, Twitter y la lista podría seguir infinitamente) resulta crucial enfocar nuestra atención en aquellos proyectos que van más allá de las lógicas empresariales y que, o bien producen desde otras concepciones (autogestionadamente) o ponen a disposición de terceros materiales que de otra manera se perderían o serían de un acceso complejo. Internet redefine tanto los modos de producir como de distribuir los bienes simbólicos y también transforma sustancialmente los modos en que éstos son consumidos: la forma en que los jóvenes acceden a la música, a los textos, a los videos, a los medios preexistentes como la televisión, el cine o los diarios ha cambiado. Las potencialidades de la web están transformando a las Industrias culturales, las están redefiniendo, reformulando. Como así también están transformando otras instituciones, que ya estaban atravesadas por las lógicas de los medios, pero que ahora se ven implicadas en una revolución tan profunda que podría ser comparada a la que produjo el surgimiento de la imprenta en el siglo XV.

Es para contrarrestar la lógica altamente comercial que en el contexto capitalista tienen los bienes simbólicos que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) aparece como un horizonte de transformaciones posibles. En primer lugar, porque instala a la comunicación como un derecho humano y la corre del lugar mercantilista en el que la colocaron las organizaciones mediáticas. Pero, principalmente, porque con sus basamentos abre a otras experiencias y propuestas que surgen a partir de las potencialidades de la ley: entre ellas espacios como

BACUA (Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino) y CDA (Contenidos Digitales Abiertos) que surgen con el objetivo de nutrir a los canales de televisión abierta o de cable con contenidos audiovisuales de producción nacional. Así, estas producciones se convierten en un arte *en la red*.

2. De la LSCA a los espacios audiovisuales *en red*

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), sancionada en 2009, tiene un espíritu claramente anti monopolístico ya que promueve la desconcentración mediática y aboga por la pluralidad de voces y miradas. Esta concepción se basa en una idea de país federal, amplio y diverso y en la comprensión de que los medios de comunicación son nudos de poder que instalan y legitiman miradas de mundo. Así, la Ley promueve la producción nacional y regional otorgándoles voz a sectores que habían sido deslegitimados por la anterior normativa. Universidades, organizaciones sin fines de lucro, pueblos originarios pueden acceder a licencias y mostrar sus realidades. (Véase, entre otros, Loreti; 2011)

Es en este marco de transformación en los modos de entender la producción que lo audiovisual empieza a adquirir otras relevancias comprendido ya no sólo como mercancía, sino principalmente como construcción de imaginarios y representaciones de lo nacional. Sin caer en una mirada de “invasión cultural” que entiende que todo lo que viene de afuera nos aliena y domina quitando nuestra *postura autóctona*, sí es importante entender la dimensión político-económica de sólo distribuir y consumir productos comunicacionales producidos en la Industria Cultural Internacional. Si bien, siguiendo a John B. Thompson (1998) entendemos que, más allá de la circulación global, hay siempre una apropiación local; también, retomando al mismo autor, no podemos desconocer los flujos asimétricos, es decir que hay producciones que

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

circulan globalmente y otras que no logran esa penetración en los mercados internacionales.

Es por esto que la necesidad de fomentar y proteger la producción nacional, en este caso audiovisual y también musical, que sostiene la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual debe leerse como una manera de apoyar el trabajo nacional y también comprender que los medios atraviesan nuestros sentidos y que las imágenes que construimos de lo que no nos es *conocible corporalmente* “vienen” de los medios. Entonces, resulta significativo pensar lo audiovisual como construcción de nuestras memorias, de nuestras representaciones, de nuestras idiosincrasias, porque en un país amplio y extenso no hay una sola manera de ser argentino, hay muchas que se conjugan, que se yuxtaponen y se imbrican, y desde las Políticas Públicas se deben impulsar esas miradas. En este sentido, Gómez y Aon plantean que:

“Los estudios del arte en comunicación, y en particular de la imagen, en este caso el cine y la televisión son un campo de batalla al ver qué imágenes dominan el campo expresivo, qué imágenes y relatos construyen memoria y hacen historia de nuestro tiempo, pero también los modos de expresar que tienen que ver con la forma de ciertos contenidos más allá de los contenidos en sí mismos. Entonces pensar la imagen es pensar más allá de ella misma. Es poder ver sus orígenes, su presente y sus direcciones.” (Gómez y Aon; 2012: 120)

La imagen como campo de batalla cultural, de lucha por los sentidos. Producir nuestras propias imágenes, nuestros propios relatos para no ser narrados por otros también hace a la soberanía y a la construcción de lo público entendido como aquello sobre lo que todos tenemos derechos.

2.1 Pensar la memoria audiovisual. Federalismo y pluralidad

Es en este contexto que nos parecen sumamente significativas las plataformas que constituyen el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA) y Contenidos Digitales Abiertos (CDA) en tanto materialización del derecho a la comunicación y acceso a la información.

El BACUA pone a disposición de los canales de televisión de todo el país las producciones cedidas por realizadores independientes de las provincias, organismos gubernamentales y no gubernamentales, universidades, agrupaciones sociales, culturales y señales que cuenten con producciones propias. Funciona, así, como un gran repositorio para socializar la producción nacional. Esto, además, contribuye al federalismo ya que audiovisuales realizados en distintos puntos del país pueden distribuirse en diferentes señales.

A esta idea de repositorio se la acompaña con planes de fomento y concursos abiertos que nutren a la plataforma de contenidos originales. Además, las producciones están disponibles para ser visualizadas desde Internet, lo que, en complemento con la TDA (Televisión Digital Abierta), se constituye en un espacio transmediático.

Al espacio de BACUA se suma el de Contenidos Digitales Abiertos (CDA) en el que se comparten series, documentales y micros de realizadores de todo el país al que puede acceder cualquier usuario con Internet o sistema de TDA, así como también canales privados, públicos o mixtos.

Estas plataformas fomentan la producción nacional brindando un repositorio audiovisual colaborativo, apoyan el federalismo que promueve la LSCA ya que los contenidos provienen de productores de todo el país y, a su vez, se presenta como



**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

una especie de “acervo cultural” ya que la memoria audiovisual argentina queda almacenada en estas plataformas.

En este marco, además, se creó el Programa Polos para el fortalecimiento de las capacidades productivas. En total, son nueve polos audiovisuales tecnológicos tendientes a superar las asimetrías culturales integrando a organizaciones (cooperativas, PyMES, productores independientes, organismos públicos locales) Asimismo, se generó el Registro de productoras de contenidos digitales y cinematográficos, esto se traduce en inclusión de la actividad audiovisual en la industria nacional, en el mercado interno y externo, en el fomento a la producción nacional para que pueda competir y proyectar su identidad, sus imaginarios y representaciones.

Si bien estas plataformas aún no cuentan con la difusión y visibilidad de espacios más tradicionales como la televisión abierta y, en cierto sentido, siguen pensándose en vínculo directo con ésta; su existencia en el marco de una Política Pública reconoce un nuevo modo de distribución de los contenidos audiovisuales signados por las tecnologías digitales y el acceso a Internet. Esto conlleva nuevas formas de producción, de circulación y acceso a los contenidos que el Estado reconoce y articula en este tipo de plataformas.

Jóvenes realizadores y comunicadores pueden acceder a recursos para concretar proyectos audiovisuales gracias a los concursos abiertos y públicos. Además, las plataformas se constituyen en un espacio de distribución de sus producciones a nivel federal, lo que genera una dinámica de trabajo constante por medio de la cual es posible autofinanciar iniciativas propias, individuales o colectivas.

Por medio de series, documentales y micro-relatos se expresan temáticas locales, regionales, nacionales que se integran y producen sentido sobre los pueblos originarios, la industria nacional, así como también filosofía, política, historia argentina e historias breves que relatan los modos de vida cotidianos de ciudadanos y ciudadanas localizados en diversas geografías.

Por otro lado, y tal como sosteníamos antes, este tipo de espacios audiovisuales retoma las lógicas de sistemas de pago como Netflix o los sistemas On Demand con la importante diferencia de ser de acceso gratuito y, además, estar conformado por producciones nacionales que muestran y construyen imaginarios y representaciones acerca de nuestro país. El público puede acceder a esos contenidos en forma completa, rompiendo las lógicas de los modos de distribución secuenciados de la televisión. Es decir, no hay que esperar una semana para acceder al próximo capítulo de la serie o de la novela; pueden verse en horarios que no son los de la programación de los canales, se transforman, así, las lógicas de las rutinas mediáticas de las que hablara Roger Silverstone (2004). Esto modifica la relación de los productos con las audiencias y si bien plataformas privadas “llevan la delantera” el hecho que desde el Estado se comprendan estas *nuevas* lógicas implica una reducción de las brechas entre aquellos que pueden acceder a estas otras maneras de ver televisión y aquellos que no.

3. Algunas breves conclusiones y líneas de continuidad de la investigación

Los modos de acercarnos a los productos culturales se han transformado atravesados por la digitalización y la posibilidad de compartir en Internet, en este contexto es importante que el Estado, a través de programas y Políticas Públicas, impulse el

acceso universal a esas transformaciones. BACUA y CDA, en complemento con la Televisión Digital Abierta, se constituyen en espacios que proponen una modificación en los modos de producir y consumir lo audiovisual. En tanto repositorios permiten el acceso a contenidos federales que muestran/representan/construyen imágenes de una Argentina que no termina en la General Paz, de una Argentina plural y diversa. En tanto redes *online*, permiten la vinculación de distintos sectores productivos y la revalorización de la producción nacional.

El desafío es que estas plataformas no se conviertan solamente en un lugar de almacenamiento, guardado o conservación, sino que sean realmente utilizadas y apropiadas no sólo por las señales de televisión que deben cumplir una cuota de pantalla de producción nacional, sino también por el público en general que navega por la web.

Esta Política Pública se acompaña de otros programas como el de Argentina Conectada que pretende democratizar el acceso a Internet. Es decir que estas plataformas no pueden pensarse aisladas ni de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -que le da origen- ni de la Televisión Digital Abierta, ni de planes que, a simple vista, parecerían más ajenos a las políticas de producción audiovisual como es el caso de Argentina Conectada; pero que sin embargo establecen las bases de equidad para el acceso a los contenidos.

Luego de este diagnóstico inicial que pretendía enmarcar estas plataformas en las propuestas de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, nuestra investigación busca profundizar en las vinculaciones de estas políticas con espacios que existían antes de la LSCA como el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y desde el que en este nuevo contexto se impulsan los concursos y los planes de fomento que luego nutren a las plataformas digitales. Es decir, diagnosticar la

articulación del INCAA con la TDA para la producción audiovisual nacional y cómo los espacios de BACUA y CDA contribuyen a una circulación federal de las producciones financiadas por el INCAA. De este modo, pensar la relación de Internet con el cine y la televisión como espacios de convergencia de la memoria audiovisual nacional.

4. Bibliografía

Cilleruelo Gutiérrez, Lourdes (2000); “Arte de Internet. Génesis y definición de un nuevo soporte artístico. (1995-2000)”; Tesis doctoral presentada en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad del País Vasco. Disponible en: http://www.ehu.es/arteytecnologia/lcilleruelo/textos/arte_de_internet.pdf

Getino, Octavio (2003); “Las industrias culturales en el MERCOSUR: apuntes para un proyecto de políticas de Estado” en *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*; Ciccus; Buenos Aires.

Gómez, Lía; Aon, Luciana (2012); “Los relatos e imagen/arios en la Televisión Digital Argentina: Caso INCAA TV” en Gómez, Lía (comp.) *Construyendo historia (s). Ver para creer en la televisión. Relatos y narrativas En la televisión digital argentina*, EPC; La Plata.

Klein; Naomi (2001); *No logo. El poder de las marcas*; Paidós; Barcelona.

Loreti, Damián (2011); “El caso argentino y la nueva Ley de Comunicación Audiovisual” en Martínez, Raquel y Gómez, Mario (comp) (2011); *Políticas, redes y tecnologías en la comunicación para el Desarrollo*; Comunicación Social; Zamora, España.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Silverstone; Roger (2004); *¿Por qué estudiar los medios?*; Amorrortu Editores; Buenos Aires.

Thompson, John B. (1998); *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*; Paidós; Barcelona.

Williams, Raymond (1992); “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales” en Williams; Raymond (editor); *Historia de la comunicación*, vol. 2; Bosch Comunicación; Barcelona.

Páginas webs consultadas

www.afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522

www.tda.gob.ar

<http://catalogo.bacua.gob.ar/>

<http://cda.gob.ar/>